

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



恒安國際集團有限公司*

HENGAN INTERNATIONAL GROUP COMPANY LIMITED

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1044)

網址：<http://www.hengan.com>

<http://www.irasia.com/listco/hk/hengan>

二零一九年年度業績公告及高級管理層變更

『追求健康，你我一起成長』

二零一九年年度業績 財務摘要

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元	變動 %
收入	22,492,845	20,513,881	9.6%
經營利潤	5,680,296	5,429,224	4.6%
公司權益持有人應佔利潤	3,907,723	3,799,805	2.8%
毛利率(%)	38.6%	38.2%	
每股收益			
—基本	人民幣 3.285 元	人民幣3.151元	4.3%
—攤薄	人民幣 3.285 元	人民幣3.146元	4.4%
股息			
—中期(已付)	人民幣 1.00 元	人民幣1.00元	
—末期(建議/已付)	人民幣 1.25 元	人民幣1.20元	
應收賬款週轉期(日)	53	46	
製成品週轉期(日)	43	41	
流動比率(倍)	1.3	1.3	
回報率(%)	21.9%	22.7%	

* 僅供識別之用

業績

恒安國際集團有限公司(「本公司」或「恒安國際」)之董事會欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一九年十二月三十一日止年度之合併財務業績，連同上年之比較數字如下：

合併利潤表

	附註	截至十二月三十一日止年度 二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
收入	2	22,492,845	20,513,881
銷售成本		(13,803,888)	(12,678,128)
毛利		8,688,957	7,835,753
推廣及分銷成本		(3,202,780)	(2,269,713)
行政費用		(1,284,556)	(1,199,406)
金融資產減值準備淨額		(7,614)	(10,890)
其他收入和利得—淨額		1,486,289	1,073,480
經營利潤		5,680,296	5,429,224
財務收益		140,069	115,024
財務費用		(773,478)	(639,854)
財務費用—淨額		(633,409)	(524,830)
除所得稅前利潤	3	5,046,887	4,904,394
所得稅費用	4	(1,129,784)	(1,097,261)
年度利潤		3,917,103	3,807,133
應佔利潤：			
公司權益持有人		3,907,723	3,799,805
非控制性權益		9,380	7,328
		3,917,103	3,807,133
本公司權益持有人應佔之每股收益			
—每股基本收益	5	人民幣3.285	人民幣3.151
—每股攤薄收益	5	人民幣3.285	人民幣3.146

合併綜合收益表

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一九年	二零一八年
	人民幣千元	人民幣千元
年度利潤	3,917,103	3,807,133
其他綜合收益		
其後可能會重分類至損益的項目		
－外幣折算差額	<u>(39,511)</u>	<u>69,525</u>
本年度總綜合收益	<u><u>3,877,592</u></u>	<u><u>3,876,658</u></u>
應佔：		
公司權益持有人	3,858,224	3,867,513
非控制性權益	<u>19,368</u>	<u>9,145</u>
本年度總綜合收益	<u><u>3,877,592</u></u>	<u><u>3,876,658</u></u>

合併資產負債表

	於十二月三十一日	
	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
資產		
非流動資產		
物業、機器及設備	7,822,457	8,095,356
使用權資產	988,245	—
在建工程	543,534	580,790
投資性房地產	226,233	225,036
土地使用權	—	844,532
無形資產	724,620	686,558
非流動資產預付款	120,293	124,187
遞延所得稅資產	213,211	132,344
對聯營企業的投資	101,670	101,670
長期銀行定期存款	2,430,082	4,338,000
	<u>13,170,345</u>	<u>15,128,473</u>
流動資產		
存貨	3,802,496	4,285,483
應收賬款及應收票據	7 3,651,224	2,843,532
其他應收賬款、預付賬款及按金	1,956,862	1,701,097
預繳當期所得稅	97,511	109,145
衍生金融工具	12,858	2,922
有限制銀行存款	7,209	4,670
現金及銀行存款	20,540,270	21,576,830
	<u>30,068,430</u>	<u>30,523,679</u>
總資產	<u>43,238,775</u>	<u>45,652,152</u>
權益		
歸屬於本公司權益持有人		
股本	125,654	127,092
其他儲備	3,203,594	2,614,789
留存收益	14,543,693	13,983,279
	<u>17,872,941</u>	<u>16,725,160</u>
非控制性權益	<u>278,937</u>	<u>273,519</u>
總權益	<u>18,151,878</u>	<u>16,998,679</u>

		於十二月三十一日	
	附註	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
負債			
非流動負債			
借款	9	1,246,992	4,240,286
租賃負債		4,365	–
應付融資租賃		–	107
遞延所得稅負債		171,467	160,170
		<u>1,422,824</u>	<u>4,400,563</u>
流動負債			
應付賬款及應付票據	8	2,223,894	2,900,641
其他應付賬款及預提費用		907,752	1,192,264
合約負債		145,230	118,276
衍生金融工具		19,788	18,603
租賃負債		5,960	–
當期所得稅負債		–	890
借款	9	20,361,449	20,022,078
應付融資租賃		–	158
		<u>23,664,073</u>	<u>24,252,910</u>
總負債		<u>25,086,897</u>	<u>28,653,473</u>
權益及負債合計		<u>43,238,775</u>	<u>45,652,152</u>

1. 編製基準及主要會計政策

本集團的合併財務報表是根據所有適用的由香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則的規定及香港公司條例的披露要求編製。合併財務報表按照歷史成本法編製，並就以公允價值計量且其變動計入損益的衍生金融工具的重估而作出修訂。

(i) 本集團已採納之新訂及經修訂準則

以下與本集團有關新準則及準則修訂適用於本報告期間必須於二零一九年一月一日開始的財政年度首次採納：

- 香港財務報告準則第16號「租賃」^(a)，
- 香港財務報告準則第9號(修訂)「反向賠償的提前還款特徵」，
- 香港會計準則第28號(修訂)「於聯營公司及合資企業之長期權益」，
- 香港會計準則第19號(修訂)「計劃修訂、削減或結算」，
- 香港(國際財務報告詮釋委員會)詮釋第23號「所得稅會計處理的不確定性」，及
- 香港財務報告準則2015年至2017年週期之年度改進。

本集團因採納香港財務報告準則第16號作出了會計政策變更，而其相關影響披露於下文。上文所列其他新採納的準則或修訂並無對本財務報表產生重大影響。

(a) 香港財務報告準則第16號「租賃」

本集團自二零一九年一月一日起採納香港財務報告準則第16號，並且按照該準則的過渡條款，未重述二零一八年報告年度的比較數字。因此，因採納新租賃準則而作出的重分類及調整在二零一九年一月一日期初合併資產負債表內確認。

因採納香港財務報告準則第16號，本集團為之前根據香港會計準則第17號「租賃」的原則歸入「經營租賃」的租賃確認了租賃負債。該等租賃負債以剩餘租賃付款額按二零一九年一月一日的承租人增量借款利率折現的現值計量。二零一九年一月一日租賃負債適用的承租人加權平均增量借款利率為4.67%。

a) 租賃負債的計量

二零一九年
人民幣千元

於2018年12月31日披露的經營租賃承擔	44,066
減：	
未確認為負債的短期租賃	(40,340)
未確認為負債的低價值租賃	(91)
	<u>3,635</u>
於初次應用日期採用承租人加權平均增量借款利率折現， 於2019年1月1日確認的租賃負債	3,481
加：	
於2019年1月1日確認的應付融資租賃	265
	<u>3,746</u>

b) 使用權資產的計量

使用權資產乃按與租賃負債相等金額計量，並就於二零一九年一月一日的資產負債表內確認與該租賃相關的任何預付租賃費用作出調整。於初次應用日期，概無虧損性租賃合約須對使用權資產作出調整。

二零一九年
人民幣千元

於初次應用日期採用承租人加權平均增量借款利率折現， 於2019年1月1日確認的使用權資產	3,481
加：	
於2019年1月1日確認的預付租賃費用	494
土地使用權重分類	971,802
物業、機器及設備重分類	419
	<u>976,196</u>

c) 二零一九年一月一日在資產負債表內確認的調整

於二零一九年一月一日，會計政策的變動對合併資產負債表內以下項目產生影響：

- 物業、機器及設備－減少人民幣127,689,000元
- 土地使用權－減少人民幣844,532,000元
- 其他應收賬款、預付賬款及按金－減少人民幣494,000元
- 使用權資產－增加人民幣976,196,000元
- 應付融資租賃－減少人民幣265,000元
- 租賃負債－增加人民幣3,746,000元

於二零一九年一月一日，留存收益概無受到任何影響。

(ii) 本集團未採納之新訂及經修訂準則

多項新訂和經修訂準則及解釋在二零一九年一月一日後開始的年度期間生效，但未有在本合併財務報表中提前應用。該等準則預期於目前或未來報告期間及於可預見將來之交易並不會對本集團造成重大影響。

準則及修訂		於下列日期或之後 起的年度期間生效
香港會計準則第1號及香港會計準則第8號(修訂)	重大的定義	2020年1月1日
香港財務報告準則第3號(修訂)	業務的定義	2020年1月1日
經修訂概念框架	經修訂財務報告概念框架	2020年1月1日
香港財務報告準則第9號， 香港會計準則第39號及 香港財務報告準則第7號(修訂)	有關銀行間同業拆借利率改革	2020年1月1日
香港財務報告準則第17號	保險合約	2021年1月1日

2. 收入及分部資料

向執行董事提供有關報告分部的分部資料如下：

	二零一九年				集團 人民幣千元
	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	
分部收入	6,546,424	1,470,212	11,984,079	3,910,114	23,910,829
分部間相互銷售	(59,421)	(31,125)	(497,541)	(829,897)	(1,417,984)
集團收入	6,487,003	1,439,087	11,486,538	3,080,217	22,492,845
分部利潤	3,104,858	151,365	843,218	123,943	4,223,384
未分配成本					(29,377)
其他收入和利得—淨額					1,486,289
經營利潤					5,680,296
財務收益					140,069
財務費用					(773,478)
除所得稅前利潤					5,046,887
所得稅費用					(1,129,784)
年度利潤					3,917,103
非控制性權益					(9,380)
本公司權益持有人 應佔利潤					3,907,723
其他項目					
—截至二零一九年 十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	252,343	91,724	291,726	93,570	729,363
初始確認與建築物有關的 使用權資產	1,988	208	1,663	116	3,975
物業、機器及設備及投資性 房地產之折舊開支	174,768	38,762	491,760	45,759	751,049
使用權資產之折舊開支	10,414	4,174	18,950	4,940	38,478
攤銷開支	15,782	—	382	10,443	26,607

二零一九年

	衛生巾產品 人民幣千元	一 次 性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其 他 人民幣千元	集 團 人民幣千元
於二零一九年 十二月三十一日					
分部資產	<u>7,371,874</u>	<u>5,009,723</u>	<u>14,576,696</u>	<u>3,641,818</u>	<u>30,600,111</u>
遞延所得稅資產					213,211
預繳當期所得稅					97,511
對聯營企業的投資					101,670
未分配資產					<u>12,226,272</u>
總資產					<u><u>43,238,775</u></u>
分部負債	<u>2,392,831</u>	<u>1,457,052</u>	<u>5,235,705</u>	<u>832,438</u>	<u>9,918,026</u>
遞延所得稅負債					171,467
未分配負債					<u>14,997,404</u>
總負債					<u><u>25,086,897</u></u>

二零一八年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
分部收入	6,641,286	1,815,860	10,731,741	2,873,176	22,062,063
分部間相互銷售	(47,576)	(279,556)	(504,428)	(716,622)	(1,548,182)
集團收入	6,593,710	1,536,304	10,227,313	2,156,554	20,513,881
分部利潤	3,366,111	281,893	578,257	175,070	4,401,331
未分配成本					(45,587)
其他收入和利得—淨額					1,073,480
經營利潤					5,429,224
財務收益					115,024
財務費用					(639,854)
除所得稅前利潤					4,904,394
所得稅費用					(1,097,261)
年度利潤					3,807,133
非控制性權益					(7,328)
本公司權益持有人 應佔利潤					3,799,805
其他項目					
—截至二零一八年 十二月三十一日止年度					
非流動資產的增加	265,056	47,219	372,990	160,490	845,755
折舊開支	160,802	35,810	480,736	49,293	726,641
攤銷開支	19,484	2,952	13,132	6,884	42,452

二零一八年

	衛生巾產品 人民幣千元	一次性 紙尿褲產品 人民幣千元	紙巾產品 人民幣千元	其他 人民幣千元	集團 人民幣千元
於二零一八年 十二月三十一日					
分部資產	<u>6,818,197</u>	<u>4,694,476</u>	<u>13,572,436</u>	<u>3,474,375</u>	28,559,484
遞延所得稅資產					132,344
預繳當期所得稅					109,145
對聯營企業的投資					101,670
未分配資產					<u>16,749,509</u>
總資產					<u><u>45,652,152</u></u>
分部負債	<u>2,019,664</u>	<u>1,123,081</u>	<u>4,198,093</u>	<u>336,828</u>	7,677,666
遞延所得稅負債					160,170
當期所得稅負債					890
未分配負債					<u>20,814,747</u>
總負債					<u><u>28,653,473</u></u>

3. 除所得稅前利潤

除所得稅前利潤計入及扣除下列項目：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
計入		
政府獎勵收入(附註)	692,420	517,450
現金及現金等價物利息收入	132,302	98,374
長期與短期銀行定期存款利息收入	833,343	636,790
已實現衍生金融工具公允價值利得	15,711	—
存貨減值準備撥回	—	29,185
融資匯兌收益—淨額	7,767	16,650
扣除		
物業、機器及設備之折舊	745,188	721,393
使用權資產之折舊	38,478	—
土地使用權之攤銷	—	24,465
無形資產之攤銷	26,607	17,987
員工福利費用(包括董事酬金)	1,823,062	1,601,043
市場及推廣成本	1,136,555	411,327
維修及保養費用	149,104	145,936
物業、機器及設備及土地使用權出售損失	32,549	35,025
公用事業及辦公室費用	851,848	1,262,947
運輸及包裝費用	816,591	774,977
短期及低價值租賃開支	86,306	—
經營租賃租金	—	89,708
金融資產減值準備淨額	7,614	10,890
存貨減值準備計提	4,747	—
營運匯兌損失—淨額	89,331	31,978
已實現衍生金融工具公允價值損失	—	20,705
未實現衍生金融工具公允價值損失	6,808	15,147
可換股債券利息費用	—	6,874
借款利息費用，扣除於在建工程中 資本化之利息費用人民幣15,630,000元 (二零一八年：人民幣10,444,000元)	772,987	612,935

附註：此項目主要為本集團從中國大陸部份市政府所獲得的獎勵，以鼓勵集團對當地經濟發展作出貢獻。

4. 所得稅費用

在合併利潤表支銷之所得稅費用如下：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
當期所得稅		
－當期所得稅費用	1,042,369	904,150
－中國代扣代繳股息稅	157,094	133,078
遞延所得稅，淨額	<u>(69,679)</u>	<u>60,033</u>
所得稅費用	<u>1,129,784</u>	<u>1,097,261</u>

- (a) 中國大陸所得稅已按照本集團中國大陸附屬公司之估計應課稅利潤以適用之現行稅率計算。本公司在中國大陸境內設立之附屬公司須按照25%支付企業所得稅。

部份附屬公司獲准成為高新技術企業，有權按稅率15%繳稅。

再者，根據財政部、國家稅務總局、海關總署頒發之財稅[2011] 58號「關於深入實施西部大開發戰略有關稅收政策問題的通知」，於西部區域成立並由中國政府公佈其歸屬為若干認可工業類別之公司將有權享有15%優惠稅率。本集團部份中國大陸附屬公司於西部開發區成立並歸屬於認可工業類別，故有權享有上述優惠稅率。

- (b) 香港和海外其他地區的利得稅已按照本年度估計應課稅利潤以按當地實行稅率提撥準備。
- (c) 本集團的中國大陸附屬公司自二零零八年一月一日產生的利潤，若向於香港註冊成立的投資者分派該等利潤，將須按5%稅率繳納扣繳稅；若向其他外國投資者分派該等利潤，則須按10%稅率繳納扣繳稅。於可預見之將來派發本集團的大陸附屬公司二零零八年一月一日後之利潤為預期股息基礎而作出遞延稅項負債的撥備。

5. 每股收益

(a) 基本

每股基本收益是以本公司權益持有人應佔集團利潤除以年內已發行在外普通股之加權平均股數計算，扣除本公司已購回且列示於庫存股之股數。

	二零一九年	二零一八年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	<u>3,907,723</u>	<u>3,799,805</u>
已發行普通股加權平均股數(千股)	<u>1,189,697</u>	<u>1,205,832</u>
每股基本收益(人民幣元)	<u>3.285</u>	<u>3.151</u>

(b) 攤薄

每股攤薄收益假設所有潛在可攤薄的普通股被兌換後，根據已發行普通股之加權平均股數計算。截至二零一八年十二月三十一日止年度，本公司有兩類潛在可攤薄的普通股：可換股債券及購股權。本公司歸屬於公司權益持有人的利潤已根據當年的可換股債券的利息支出進行調整，普通股的數量因假設可換股債券於二零一八年一月一日轉換為普通股而增加。根據未行使購股權所附的認購權之貨幣價值，釐定按公平值(參考本公司股份截至二零一八年十二月三十一日止年度的平均市價)可購入的股份數目。

截至二零一九年十二月三十一日止年度，本公司僅有購股權一類潛在可攤薄的普通股。每股攤薄收益與每股基本收益相同，因為有關購股權並無攤薄影響。

	二零一九年	二零一八年
本公司權益持有人應佔利潤(人民幣千元)	<u>3,907,723</u>	<u>3,799,805</u>
可換股債券(人民幣千元)	<u>-</u>	<u>6,875</u>
計算每股攤薄收益的本公司權益持有人應佔盈利(人民幣千元)	<u>3,907,723</u>	<u>3,806,680</u>
已發行普通股加權平均股數(千股)	<u>1,189,697</u>	<u>1,205,832</u>
購股權(千股)	<u>-</u>	<u>72</u>
可換股債券(千股)	<u>-</u>	<u>4,172</u>
計算每股攤薄收益的普通股加權平均數(千股)	<u>1,189,697</u>	<u>1,210,076</u>
每股攤薄收益(人民幣元)	<u>3.285</u>	<u>3.146</u>

6. 股息

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
支付中期股息每股人民幣1.00元 (二零一八年：人民幣1.00元)(附註(a))	1,189,677	1,206,068
建議／支付末期股息每股人民幣1.25元 (二零一八年：人民幣1.20元)(附註(b))	1,487,097	1,427,613
	<u>2,676,774</u>	<u>2,633,681</u>

- (a) 二零一九年派發股息人民幣2,617,290,000元(二零一九年中期：每股人民幣1.00元，二零一八年末期：每股人民幣1.20元)。二零一八年派發股息人民幣2,593,258,000元(二零一八年年中期：每股人民幣1.00元，二零一七年末期：每股人民幣1.15元)。於二零二零年三月二十六日舉行的董事會議上，建議派發二零一九年末期股息每股人民幣1.25元，此項股息合計人民幣1,487,097,000元，並無在本合併財務報表中確認為負債。具體金額以二零二零年五月二十一日舉行的年度股東大會上的公司股東最終批覆為準。
- (b) 董事會建議派發二零一九年期末股息每股人民幣1.25元(相等於每股港幣1.369968元)(2018年：每股人民幣1.20元(相等於每股港幣1.404051元))。應付予股東的股息以港幣派發。本公司派股息所採用的匯率為宣派股息日前一個營業日中國人民銀行公佈的港幣兌人民幣匯率中間價。於二零二零年三月二十五日，港幣兌人民幣匯率為0.91243。

7. 應收賬款及應收票據

本集團部份銷售以記賬交易形式進行，信貸期為30天至90天。於二零一九年及二零一八年十二月三十一日，應收賬款及應收票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
30天以內	1,483,539	1,323,082
31-180天	2,017,526	1,396,744
181-365天	119,287	82,109
365天以上	96,036	109,091
	<u>3,716,388</u>	<u>2,911,026</u>
減：減值準備	(65,164)	(67,494)
應收賬款及應收票據－淨額	<u>3,651,224</u>	<u>2,843,532</u>

8. 應付賬款及應付票據

於二零一九年及二零一八年十二月三十一日，應付賬款及應付票據根據發票日期計算之賬齡分析如下：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
30天以內	1,094,302	1,241,453
31-180天	1,073,147	1,599,637
181-365天	19,387	29,446
365天以上	37,058	30,105
	<u>2,223,894</u>	<u>2,900,641</u>

由於信貸期較短，應付賬款及應付票據於合併資產負債表日的賬面值與公允值相近。

9. 借款

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
非流動		
長期銀行貸款—無抵押	249,760	252,343
公司債券(a)	997,232	3,987,943
	<u>1,246,992</u>	<u>4,240,286</u>
流動		
銀行押匯貸款	401,419	472,743
短期銀行貸款—無抵押	16,962,788	13,538,454
公司債券(a)	2,997,242	—
中期票據(b)	—	1,998,881
短期銀行貸款—抵押	—	12,000
超短期融資券(c)	—	4,000,000
	<u>20,361,449</u>	<u>20,022,078</u>
總計	<u>21,608,441</u>	<u>24,262,364</u>

(a) 公司債券

於二零一六年九月，集團全資附屬公司恒安(中國)投資有限公司(「恒安中投」)發行以人民幣計值的應付債券，面值達人民幣1,000,000,000元，每年固定利率為3.30%。該債券自發行之日起的五年後到期。除去發行費用人民幣8,000,000元後的負債價值從債券發行之日起即確定。

二零一八年七月，恒安中投發行面值達人民幣3,000,000,000元的公司債券，前兩年每年固定利率為4.58%。在第二年結束時，發行人可以選擇調整票面利率，而債券持有人可以選擇要求發行人提前贖回。公司債券將於發行之日起的三年後到期。除去發行費用人民幣9,600,000元後的負債價值從債券發行之日起即確定。

於二零一九年十二月三十一日的公司債券的賬面值與其公平值相近。

(b) 中期票據

於二零一六年九月，本公司發行以人民幣計值的中期票據，面值達人民幣2,000,000,000元，每年的固定利率為3.24%。中期票據於二零一九年九月六日到期。

(c) 超短期融資券

於二零一九年，以下超短期融資券到期：

	利率	到期期限	到期日期	金額 人民幣千元
18恒安中投SCP001	4.15%	270天	2019-05-27	1,000,000
18恒安中投SCP003	4.07%	270天	2019-07-28	1,000,000
18恒安中投SCP004	3.99%	270天	2019-08-30	1,000,000
18恒安中投SCP005	3.90%	270天	2019-09-02	1,000,000

業務概覽

二零一九年，受中美貿易關係緊張及地緣政治局勢動盪影響，環球經濟增長放緩。二零一九年中國國內生產總值按年增長6.1%，為近三十年以來最低的經濟增長率。在複雜多變的宏觀環境下，國內消費需求持續增長，生活用品及服務類別的全國居民人均消費支出較二零一八年增長4.8%，消費增長對國內生產總值增長貢獻達57.8%，繼續成為中國經濟的主要增長動力。年內，儘管經營環境充滿挑戰，恒安憑藉其規模優勢及領先的品牌力，在中國快速消費品市場激烈競爭下，仍保持平穩增長，並持續鞏固集團於中國個人及家庭衛生用品市場的領導地位。

回顧年內，恒安集團進一步完善及加強執行「公正陽光」的平台規則，持續優化「平台化小團隊」經營模式(即恒安特色的阿米巴)，制訂更適合各地域性市場的銷售策略和調整產品組合，以提升銷售和營運效率。年內，集團加大力度改革銷售渠道，加強和鞏固終端門店的建設及拓展，增強精準銷售能力，藉此提升產品滲透率及市場份額。受惠於紙巾業務銷售保持快速的增長，以及其他業務收益增長所帶動，二零一九年集團的收入較去年同期上升約9.6%至約人民幣22,492,845,000元(二零一八年：人民幣20,513,881,000元)。

於二零一九年，木漿價格逐漸由高位回落，有利於降低集團在紙巾業務的生產成本並抵銷年內推廣及分銷成本上漲的影響，紓緩毛利率的壓力。但是，集團於年內的其他業務收益佔集團收入的比例上升至約13.7%(二零一八年：10.5%)，而其他業務的毛利率低於集團的主要三大業務分部，這因素抵銷了部分增長幅度，故集團於回顧年度內的整體毛利率只輕微上升至約38.6%(二零一八年：38.2%)。預期木漿價格偏軟的利好效應有望延續至二零二零年上半年，再加上集團將繼續積極優化產品組合，聚焦高毛利產品，擴大規模效益，以抵銷市場競爭加劇等負面影響，二零二零年上半年的毛利率將有望持續改善。年內，集團配合高檔及新產品的推出，加大品牌宣傳的力度，導致推廣及分銷成本及行政費用較去年同期上升約29.4%，按收入的百分比計，推廣及分銷成本及行政費用佔期內收入的比例上升至約20.0%(二零一八年：16.9%)。

於二零一九年，經營利潤上升約4.6%至約人民幣5,680,296,000元(二零一八年：人民幣5,429,224,000元)。公司權益持有人應佔利潤約為人民幣3,907,723,000元(二零一八年：人民幣3,799,805,000元)。董事會宣佈派發截至二零一九年十二月三十一日止年度之末期股息每股人民幣1.25元(二零一八年：人民幣1.20元)。

衛生巾業務

中國的衛生巾市場發展日趨成熟，市場滲透率已可媲美發達國家，整體市場已進入飽和時期，市場競爭激烈，產品升級及創新將會成為未來市場增長的主要拉動力。集團於年內加大力度改革傳統銷售渠道，要求阿米巴銷售團隊加強銷售至零售終端門店的建設及維護，促進精準銷售能力，更快速回應消費者的需求。再者，集團持續推出升級和高檔產品，進一步拓展高檔及高品質的市場。儘管傳統銷售渠道的改革在上半年帶來過渡調整期而影響銷售增長，一系列優化措施的成效於下半年日漸顯著，帶動衛生巾銷售復甦，下半年的衛生巾銷售已回復至低單位數增長，而在第四季度的銷售更錄得高單位數增長，高於市場平均增長水平。因此，儘管衛生巾上半年的銷售錄得下降約4.6%，於回顧年內，集團衛生巾業務銷售跌幅收窄為約1.6%至約人民幣6,487,003,000元，佔集團收入約28.8%(二零一八年：32.1%)。二零二零年，集團將緊抓消費者需求，推出匠心設計的升級及全新高端產品，並配合有效的行銷策略及多元化的銷售渠道，預期衛生巾業務將回復穩定增長。

回顧年內，集團靈活配合消費能力及消費模式的改變，繼續積極優化產品組合，對產品的包裝、材質及功能進行升級。年內，集團將廣受消費者歡迎的甜睡褲升級為超薄萌睡褲，為消費者提供安心又自在的使用體驗，而高檔的Space7系列持續擴充網路門店及消費客群。升級產品有效提升平均售價，加上集團繼續提升高檔產品在產品組合中的佔比，再者石化原料成本於年內下降，因此，面對日趨激烈的市場競爭，集團仍能有效提升衛生巾業務的利潤水平。年內，衛生巾業務的毛利率上升至約70.3%(二零一八年：69.4%)。

在升級產品的同時，集團把握消費市場的升級趨勢，於年內持續優化銷售模式，提高直接銷售至終端門店比例及加強與新零售(即『零售通』，『新通路』等)銷售模式的合作以擴大終端門店的覆蓋比例，持續把最優質及升級產品推向市場，提升銷售效益，繼續保持在女性衛生用品的市場領先地位。除此之外，為迎合國內年輕消費群體的崛起、消費需求旺盛的大趨勢，集團旗下品牌七度空間通過贊助符

合品牌定位且深受年輕一代歡迎的音樂綜藝節目「樂隊的夏天」，以及簽約「火箭少女101」成員楊超越為Space7新代言人等一系列行銷策略，大幅提升品牌形象，令品牌更時尚及年輕化。產品開發方面，集團加大力度研發並升級高毛利且具生產效益的產品之功能、材質及包裝，藉此在接近飽和的市場中爭取更高市場份額，進一步鞏固品牌的領導地位。

至於發展其他女性健康護理產品，集團於回顧年內提出全新女性護理品牌「若顏初」，推出產品如棉柔巾、卸妝棉、保濕面膜等女性護理產品。集團於二零二零年將繼續積極研發及推出衛生巾以外的女性健康護理用品，穩步發展「女性健康護理產業」，拓展新的增長空間。

紙巾業務

中國生活用紙市場持續穩步增長，但目前中國生活用紙人均消費量仍較海外成熟市場低；加上國內消費升級趨勢持續和國民衛生意識日漸提高，消費者對紙巾產品的需求越趨多元化及高品質化，國內生活用紙市場的增長潛力龐大。

二零一九年，集團核心紙巾產品銷售表現理想，升級產品如濕紙巾系列，以及重點推廣的「茶語絲享」系列和「竹π」系列均廣受市場歡迎，銷售增長顯著；加上，紙巾分部的電商銷售增長強勁，帶動紙巾銷售於二零一九年下半年錄得接近雙位數的增長，為集團整體銷售增長的主要動力之一。年內，紙巾業務收入上升約12.3%至約人民幣11,486,538,000元，佔集團收入約51.1%(二零一八年：49.9%)。另一方面，集團濕紙巾產品(包括超迷你包裝濕紙巾)保持持續的顯著銷售增長，本年濕紙巾業務收入約為人民幣606,663,000元(二零一八年：人民幣500,372,000元)，相比去年同期增長約21.2%。於年內，造紙原料木漿價格於二零一九年上半年起回落，原料成本下跌所帶來的效益在二零一九年下半年逐漸反映，使毛利率顯著改善。紙巾產品毛利率由二零一九年上半年的約25.0%大幅改善至下半年的約30.1%，年內，毛利率回升至約27.7%(二零一八年：22.5%)。集團預期木漿價格於二零二零年上半年將持續於低位運行，預期紙巾毛利率將於二零二零年上半年繼續改善。

此外，為迎合現代人追求環保的生活態度，集團於產品研發創新的過程中融入環保理念，集團於年內主推以快速生長的竹為原材料的竹漿紙巾系列「竹π」，並將產品線擴展至無芯卷紙及廚房紙，把握環保的風潮，滿足消費者需求；同時，集團於年內亦進一步強化恒安品牌紙巾的中高檔定位，如升級了熱賣產品茶語絲享系列，推出卡式錄音帶新包裝。至於濕紙巾業務，集團於年內除了持續主推深受消費者歡迎的超迷你包裝濕紙巾外，也推出濕廁紙及嬰兒濕巾，繼續拓展國內濕紙巾市場份額，繼續保持在國內濕紙巾市場的領導地位。

為滿足日益精細及多元化的消費需求，二零二零年，主力推廣心相印全新系列「雲感柔膚」，用全新雙面立體壓花及棉柔親膚的高品質紙巾產品去提升消費者的使用體驗。集團將亦推出更多全新包裝的優質產品，持續升級及優化受歡迎的明星產品，從而加大力度提高集團於中高檔市場的佔有率。在產品組合優化的推動下，集團有信心紙巾銷售能保持增長並持續改善毛利率。

集團年內的產能為約1,420,000噸。集團會因應未來的市場情況及銷售表現決定未來增加產能的速度。

紙尿褲業務

國民教育水平及衛生意識日益提高，人口老齡化趨勢持續，加上中國目前的紙尿褲市場滲透率仍低於發達國家的現狀，有助於推動幼兒及成人紙尿褲的市場發展。另一方面，國內消費升級帶動優質高毛利產品市場的增長，整體紙尿褲市場發展空間廣闊。年內，集團繼續加強紙尿褲電商銷售的佈局，成效日益彰顯，加上集團的升級高檔產品「Q•MO」及「小輕芯」於年內的銷售成績理想，並持續提升其市場滲透率，有效收窄紙尿褲的銷售跌幅。

受惠於電商滲透率上升及高檔產品「Q•MO」的銷售佔比提高，紙尿褲業務的銷售降幅由二零一九年上半年的約7.4%收窄至下半年的約5.1%。截至二零一九年十二月三十一日止年度，紙尿褲業務收入約為人民幣1,439,087,000元，降幅收窄至約6.3%（二零一八年：14.4%），佔集團整體收入約6.4%（二零一八年：7.5%）。回顧年內，電商佈局有效帶動銷售增長，集團電商紙尿褲銷售佔紙尿褲整體銷售已經上升至超過40%，電商渠道的銷售同比去年同期增長超過10%，有助緩和集團紙尿褲整體銷售額的跌幅。

面對國內消費升級，以及消費者對高檔產品的追求不斷提升，集團把握機遇，深入發展高檔產品市場，將資源及產品開發重點投放在優質高檔品牌上，持續升級高檔紙尿褲系列「Q•MO」及「安兒樂」升級版產品「小輕芯」。回顧年內，「Q•MO」以及「小輕芯」的銷售分別增幅超過70%及10%，佔整體紙尿褲銷售約10.8%及20.0%。另一方面，集團的成人紙尿褲業務收入約人民幣222,532,000元（二零一八年：人民

幣174,963,000元)，佔紙尿褲銷售收入約15.5%（二零一八年：11.4%）。銷售額相比去年同期增長約27.2%。於年內，成人紙尿褲產品在國內市場持續增加市場滲透率亦已成功進入馬來西亞市場，並為未來在馬來西亞及東南亞市場發展奠定良好的基礎。年內，受惠於石化原料成本於年內下降和高毛利產品佔比上升，紙尿褲業務毛利率按年上升至約40.5%（二零一八年：39.2%）。

未來，集團將會繼續通過「平台化小團隊」對市場的瞭解及快速反應，加強紙尿褲在電商渠道的銷售，並在「Q·MO」的旗艦網店銷售其他嬰幼兒健康護理用品，結合線下母嬰店的特質，吸引育兒家庭在「Q·MO」的旗艦網店進行一站式消費，繼續以高檔市場為長遠發展目標，以緩解傳統渠道受到的衝擊並改善傳統渠道銷售表現。另外，隨著養老需求大幅增長，集團亦會繼續積極與養老院及醫院合作，供應成人紙尿褲及床墊等護理用品，並長遠發展成人健康護理產品業務，相信養老產業的發展將成為紙尿褲業務的長遠增長動力。

家居用品業務

集團的家居用品業務收入約人民幣376,874,000元（二零一八年：人民幣230,423,000元），當中包括聲科集團收入約人民幣243,962,000元（二零一八年：人民幣201,343,000元）。家居用品業務約佔集團經營業務收入1.7%（二零一八年：1.1%）。旗下急救用品品牌「便利妥」及「便利通」等收入約人民幣27,575,000元（二零一八年：人民幣32,717,000元）。此業務約佔集團收入的0.1%（二零一八年：0.2%），對集團的整體業績影響輕微。

近年，集團大力發展家居用品業務，以擴大集團在該業務領域的版圖。集團的家居業務收入較去年同期大幅上升約63.6%，歸因於集團於二零一八年四月收購聲科集團及其附屬公司，大幅拓闊了集團家居用品業務的產品類型、生產技術及銷售網絡。聲科集團主要於中國從事食物保鮮膜及膠袋之製造，並於當地市場銷售及出口至歐洲、澳洲、北美及亞洲市場。此收購有助進一步提升集團之產品多元化，並作為其擴大家庭產品組合及在中國境內及境外多元化其收入來源之計畫一部分。二零二零年，集團將進一步善用聲科在家居用品行業的豐富經驗，於國內積極發展家居用品產業版圖，擴充家居用品的不同產品種類並利用其海外銷售網絡，把恒安的產品進一步帶到國際舞台。

其他收入

集團的其他收入主要包括馬來西亞皇城集團收入、聲科集團收入及原材料貿易業務收入。截至二零一九年十二月三十一日止十二個月，皇城集團的收入為約人民幣446,551,000元(二零一八年：人民幣425,080,000)，較去年同期增長約5.1%，主要透過恒安團隊於年內積極活化該集團於馬來西亞的銷售動力，並拓展電商銷售，再加上新引入至當地的超迷你濕紙巾和便利妥成人紙尿褲等恒安集團品牌產品在當地深受歡迎，從而促進銷售。截至二零一九年十二月三十一日止十二個月，聲科集團的收入為約人民幣243,962,000元(二零一八年：人民幣201,343,000元)，較去年同期上升約21.2%。另外，集團進行的原材料貿易業務收入較二零一八年十二月三十一日止十二個月上升約58.7%。因此，其他收入較去年同期上升約42.8%。

電商策略

二零一九年全國實物商品網上零售額同比增長約16.5%，佔社會消費品零售總額的比重為約20.7%，較去年同期的18.4%提高2.3個百分點，顯示國內網購市場持續增長。網購作為一種便捷的購物途徑，已經融入中國消費者的日常生活當中。自集團開展電商業務後，電商渠道成為了集團其中一個高增長的直接銷售渠道。

集團的各個主要品牌，如七度空間、心相印及「Q•MO」均有開設由集團直接經營的官方旗艦網店，使集團得以統一銷售策略及彈性地調整產品組合。另外，集團亦透過與國內知名大型電商平台的戰略合作，收集及分析消費者購物及流覽的習慣及喜好，助力產品的規劃及開發，提高銷售效益，讓產品更能滿足消費者需求。集團並通過『零售通』及『新通路』等平台拓展B2B業務的客源，完善商品物流系統，以及增加線下銷售門店的覆蓋率。

集團因應目前的宏觀經濟環境，針對網購市場，推出多款專項產品，例如電商限定的包裝及產品多種類組合裝，吸引消費者於電商渠道消費，推動該渠道銷售持續快速增長。除此之外，因應電商使用者結構越趨年輕化而且消費力強，集團推出年輕化的推廣行銷策略，例如集團旗下品牌七度空間與世界大學生電子競技聯賽(World University Cyber Games，簡稱：WUCG)展開合作，拉近與年輕消費群的距離。

年內，集團的電商銷售錄得快速增長，集團主要業務衛生巾、紙巾、及紙尿褲的電商銷售保持良好增長動力，集團於在電商渠道的市場份額持續提升。於二零一九年，電商渠道營業額(包括新零售銷售和微商銷售)超過約人民幣44億元，較去年同期上升超過50%。電商對整體銷售額貢獻亦上升至19.8%(二零一八年：14.4%)。

未來，集團電商部門的「平台化小團隊」將利用大數據技術分析與市場互動所得的消費者資料，更精準地瞭解市場需求及消費者的喜好，及時制訂有效的策略行銷，並持續擴大電商渠道的覆蓋率。集團亦將持續善用電商平台的促銷季節宣傳及推廣品牌，繼續推出高毛利專項商品及專項產品配搭組合，藉此提高集團在電商渠道的市場份額，集團相信電商將繼續成為整體銷售的主要增長動力。

恒安特色的阿米巴

針對消費者需求快速及持續改變的特性，恒安集團自二零一六年年年底起佈局「平台化小團隊」經營策略，依託平台和「陽光公正」的平台規則，進行充分授權，激發團隊積極性與創造力，提升團隊靈活性及市場反應能力，圍繞以消費者為中心的宗旨，集團得以快速地就供貨、產能及產品開發作出調整，按照各個市場的消費者需求，有效制訂更適合各地域性市場的銷售策略，以及推出針對不同消費族群的產品與服務。

「平台化小團隊」的經營模式正式實施超過兩年，在實現集團全覆蓋後，集團的各個部門已經實施「平台化小團隊」的模式。通過「平台化小團隊」模式廣泛把控銷售終端門店，有助於快速落實集團的決策及提高銷售新產品及高毛利產品的比例，更能滿足消費者的需求，有利於集團的長遠發展。因此，二零一九年的集團整體銷售數字持續錄得穩定發展並達致接近雙位數增長。集團將在繼續充分授權予「平台化小團隊」的同時，優化營運規則及加強對營運費用投入的規劃及管控，加強各區域運營中心對各「平台化小團隊」的支持和督導。再者，「平台化小團隊」透過提高直接銷售至終端門店的比例，分析與終端市場互動所得的消費者資料，更精準地瞭解消費者的需求，達至精準投入的銷售的模式。

二零一九年七月，集團於總部召開全國半年銷售會議，頒佈修繕提升後的「平台化小團隊」經營規則，進一步規範和促進「平台化小團隊」經營效率。未來，集團相信各業務單位「平台化小團隊」經營的效果將繼續加強，集團將繼續提升全供應鏈的效益，深化「平台化小團隊」經營的效率，藉此加強集團整體的靈活性及市場反應能力，把該策略發揮至最大的效果。

國際業務發展

集團積極發展中國以外的市場，目前集團產品已銷往51個國家及地區，擁有74個直接合作大客戶或經銷商。

於二零一七年四月，集團收購馬來西亞證券交易所主板上市公司皇城集團(股份代號為7203)合共80,003,000股，佔皇城集團股本權益約50.45%。皇城集團主要從事投資控股以及生產及加工纖維製品，包括成人及嬰兒紙尿褲、衛生巾和紙巾產品、棉製品及加工紙。於二零一八年，恒安集團品牌的產品成功進入馬來西亞市場，引進高檔成人紙尿褲及便利妥品牌，建立老年護理產業。二零一九年，恒安在馬來西亞推出的創新性迷你濕紙巾持續熱賣，而成人及嬰兒紙尿褲亦取得理想的銷售業績及良好的市場口碑，恒安又協助皇城集團開展電商業務，藉此開拓馬來西亞及東南亞市場。集團將繼續利用皇城覆蓋東南亞區域的主要銷售渠道(包括大型超市以及個人衛生用品連鎖店)，把恒安產品推銷到馬來西亞及東南亞市場。

年內，皇城集團的收入和淨利潤分別為約人民幣446,551,000元(2018年：人民幣425,080,000元)及人民幣16,902,000元(2018年：人民幣14,975,000元)，約佔總銷售額及淨利潤分別約2.0%(2018年：2.1%)及0.4%(2018年：0.4%)。

二零二零年，皇城集團將繼續積極透過不同銷售渠道(如便利店、電商等)推廣恒安的產品品牌至東南亞市場，全方位建立大品牌形象及高品質的產品理念。集團將繼續升級現有皇城產品，研發並推出高檔產品。此外，作為東南亞市場佈局的一部分，集團已在印尼設立銷售處，推廣及銷售恒安品牌的產品。

另外，集團於俄羅斯投資的紙尿褲廠房，已於二零一九年六月開始投產，藉此將紙尿褲業務拓展至俄羅斯市場。二零二零年，集團將在俄羅斯市場繼續推銷恒安產品，並逐漸建立集團品牌在當地的知名度。

至於在二零一八年四月投資的芬蘭芬漿，被最高行政法院(KHO)於二零一九年十二月十九日否決了芬漿的環境許可證。該決定是基於擬建的制漿廠房對其所在位置非常接近的卡拉維斯湖(Kallavesi)造成長遠不確定影響。該決定為最終決定，不得上訴。據本集團所知，上述環境許可證對制漿廠項目的施工十分關鍵。因此，本集團正在與芬漿及芬漿現有股東就後續行動方案，包括初步投資協定及股東協定下義務的延續以及替代投資方案進行討論。由於後續的處理方案還在商討中，到目前為止，未有明確情況顯示該投資存在減值因素，因此集團於報告年度沒有對該投資作出任何減值準備。集團會於每年對該投資進行檢討或評估。

外匯風險

本集團大部份收入是以人民幣結算，而部分原材料是從外國進口並以美元支付的。年內，集團錄得營運匯兌損失約人民幣89,331,000元，是由於向海外供應商採購原材料。本集團從沒有在取得足夠的外匯以支付該等貿易款項或將國內附屬公司的利潤匯到國外控股公司方面遇到很大的困難。

截至二零一九年十二月三十一日，除了與某些大型商業銀行訂立的遠期外匯合約及利率掉期合約外，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對沖用途。

流動資金、財務資源及銀行貸款

集團保持穩健的財政狀況。於二零一九年十二月三十一日，集團共有現金及銀行存款、長期銀行存款和有限制銀行存款約人民幣22,977,561,000元(二零一八年十二月三十一日：人民幣25,919,500,000元)，境內債券約人民幣3,994,474,000元(二零一八年十二月三十一日：人民幣3,987,943,000元)，中期票據(熊貓債)及超短期融資券共約人民幣零元(二零一八年十二月三十一日：人民幣5,998,881,000元)及銀行貸款共約人民幣17,613,967,000元(二零一八年十二月三十一日：人民幣14,275,540,000元)。

集團於二零一六年下半年成功註冊人民幣50億元的中期票據(熊貓債)及人民幣57.5億元的境內公司債券，並於二零一六年九月分別完成發行第一期三年期人民幣20億元的熊貓債及首期五年10億元的境內公司債券，票面利率分別為每年3.24%及3.30%。於二零一八年七月三十日，集團完成發行第二期三年期人民幣30億元境內公司債券，票面利率為每年4.58%。集團於年內已全部償還人民幣20億元的熊貓債。

另外，集團於二零一七年四月成功註冊人民幣50億元的超短期融資券。於二零一八年八月至十二月期間，集團完成發行五批超短期融資券總金額為人民幣45億元，票面利率為3.78%至4.15%之間。除其中一批債券為期97天外(此批債券已於二零一八年內全部償還)，其餘四批超短期融資券均為期270天。集團於年內已全部償還人民幣40億元的超短期融資券。

銀行貸款的年利息率浮動在約1.97%至4.80%之間(二零一八年：1.4%至7.0%之間)。

於二零一九年十二月三十一日，集團的負債比率(按總借款對比總股東權益，但不包括非控制性權益的百分比作計算基準)下降至約120.9%(二零一八年十二月三十一日：145.1%)；而淨負債比率(按總借款減去現金及銀行存款及長期銀行存款對比股東權益，但不包括非控制性權益的百分比作計算基準)約為負7.6%(二零一八年十二月三十一日：負9.9%)，因此集團處於淨現金狀況。

年內，集團的資本性開支約人民幣729,363,000元。於二零一九年十二月三十一日，集團並沒有重大或然負債。

集團於二零一九年十二月在中國銀行間市場交易商協會成功註冊人民幣30億元的超短期融資券。於二零二零年二月至三月期間，集團完成發行四批超短期融資券，總金額為人民幣30億元，票面利率為2.60%至2.85%之間。該超短期融資券均於發行日270天後到期。

最近獎項

於二零一九年，集團所獲的主要獎項及榮譽如下：

獎項／榮譽	頒發機構
心相印榮登「2019我喜愛的中國品牌」百強榜	中國品牌日組委會
中國民營企業500強(441位)	中華全國工商業聯合會
2019中國民企卓越管理公司獎	德勤中國、香港科技大學、 《哈佛商業評論》中文版等機構
行業奠基人許連捷	中國造紙協會生活用紙 專業委員會
2019企業品牌輕工行業第5位	中國品牌建設高峰論壇
2019中國造紙行業十大領軍品牌	第14屆亞洲品牌盛典
恒安集團榮膺「新中國70周年70品牌」	國家發展和改革委員會、 工業和資訊化部、 中國科學院等國家部委
2019福建省民營企業製造業50強第8位	福建省企業與企業家聯合會
2019中國企業ESG「金責獎」	新浪財經
戰略轉型實戰獎	《哈佛商業評論》

2019年度中國企業社會責任百強企業

中國國際慈善討論組委會

香港傑出企業巡禮2019

經濟一周

產品及原料研發

恒安集團堅持「通過持續的創新與優質的產品與服務，成為中國頂級的生活用品企業」的願景，秉承著「以消費者為導向」的市場理念，積極優化產品組合，推動業務長遠健康發展，為大眾提供優質的個人及家庭衛生用品。

面對國家日益收緊的環保政策，恒安集團將善用其生產規模及技術優勢，致力開發綠色產品，及可持續發展的環保生產技術。

人力資源及管理

得益於「平台化小團隊」策略，集團有效改進人力資源效益，實行更為科學合理的「目標工資薪酬」制度，將薪酬體系與員工崗位職責、任務目標掛鉤，激發員工工作積極性，提升工作效率。集團於二零一九年十二月三十一日共聘用約25,000名員工。集團員工的待遇及薪酬的制定乃考慮個別員工的經驗及學歷，並對比一般市場情況而釐定。花紅取決於集團的業績及個別員工的表現。集團同時因應員工的需要提供充足的培訓及持續專業發展的機會給全體員工。

未來展望

展望二零二零年，環球經濟仍然複雜多變，在中美貿易摩擦、人民幣偏軟及新型冠狀病毒疫情(以下簡稱「新冠肺炎疫情」)的陰霾下，集團會密切注視週邊因素對進口木漿及石油化工產品價格的影響。隨著中國加快實現產業升值及消費升級，國民個人衛生意識日益提高，長遠將為個人衛生用品市場的精細化及高品質發展提供助力。

新冠肺炎疫情於2020年在全球爆發，中國對疫情的防控工作正在全國範圍內持續進行，全國範圍延長春節假期，部分地區春節後延遲復工，對人員流動和交通進行一定程度的控制，對特定人群進行隔離，提高工廠及辦公場所的衛生和防疫要求，以及一系列增加社會距離的措施等。本集團密切關注此次疫情發展情況，評估其對本集團財務狀況、經營成果等方面的影響，截至本財務報表批准報出日，本集團尚未發現重大不利影響。

面對新冠肺炎疫情，恒安作為紮根於中國的個人及家庭衛生用品企業，始終不忘「追求健康，你我一起成長」的使命，心繫於民、心繫於社會，全力支持及配合全國防疫抗疫工作，截至此報告日期，集團捐贈超過千萬元人民幣等值物資，並迅速調集個人衛生用品物資包括「心相印」高品質生活用紙巾、殺菌濕紙巾、殺菌洗手液、成人紙尿褲及女性褲型衛生巾，送抵多地的疾控中心及醫院。集團為進一步支援堅持在湖北省地區奉獻的女性抗疫醫護人員，通過湖北省婦女聯會每月捐贈260萬片七度空間衛生巾及20萬條七度空間超薄萌睡褲，直到疫情結束。另外集團向湖北省孝感市孝南區定向捐贈100萬元現金。總括而言，截至此報告日期，集團共累計捐贈物資及現金約人民幣2,000萬元。

與此同時，集團積極響應政府部門號召，在國內及海外採購口罩生產設備，於二月正式展開口罩等防疫用品的生產工作，並預期生產設備陸續到位後，口罩產能有望進一步增加。集團生產的口罩均取得了政府頒發的生產許可證和檢驗合格證。集團將繼續發揮優勢，整合資源，致力保障有關防疫物資的生產及供給，配合國家公共衛生建設的需求。

集團預期，木漿價格於二零二零年上半年將持續在低位運行，有助緩解公司的成本壓力，為毛利率持續改善提供支援。同時，為實現效益最大化及效率最優化，集團將會持續深化「平台化小團隊」經營策略，提升銷售團隊的靈活性及市場反應能力，快速應對瞬息萬變的市場需求。集團亦會把握國內消費升級所帶來的市場機遇，繼續以消費者需求為中心，通過持續創新、升級產品優化產品組合來滿足消費者的需求，為消費者提供優質及健康產品。

另一方面，集團將會更加積極發展全渠道零售，通過提高電商滲透率及精準行銷，滿足客戶綜合體驗需求，為消費者帶來更完備、便捷、多元的線上及線下一體化的新零售體驗，藉此加強客戶黏性及忠誠度。作為中國領先的個人及家庭衛生用品企業，恒安將會繼往開來，繼續朝著產業延伸的長遠發展目標穩步邁進，拓展業務至女性健康產業、嬰童健康產業以及老年健康產業等具備高增長潛力的產業，循序漸進地推進恒安品牌全球化，持續提升整體利潤水準，致力為股東創造最大價值。

擬派末期派息

董事局決議向於二零二零年五月二十八日(星期四)名列本公司股東名冊之股東派發股息每股普通股人民幣1.25元(「擬派末期股息」)(二零一八年:人民幣1.20元)。倘若所需之決議案於二零二零年五月二十一日(星期四)舉行之應屆股東週年大會(「二零二零年股東週年大會」)獲得通過後,擬派末期股息將於二零二零年六月五日(星期五)派發。

暫停辦理股份過戶登記手續

(a) 釐定出席二零二零年股東週年大會並於會上投票的資格

二零二零年股東週年大會預定於二零二零年五月二十一日(星期四)舉行。為釐定出席二零二零年股東週年大會並於會上投票的資格,本公司將由二零二零年五月十八日(星期一)至二零二零年五月二十一日(星期四)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續,期間將不會進行本公司股份過戶登記。為符合資格出席二零二零年股東週年大會及於會上投票,未登記為本公司股份持有人之人士務請將所有股份過戶文件連同有關股票於二零二零年五月十五日(星期五)下午四時三十分前送交本公司於香港之股份過戶登記分處卓佳雅柏勤有限公司,地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓,以辦理登記手續。

(b) 釐定收取擬派末期股息的資格

擬派末期股息須待股東於二零二零年股東週年大會批准後,方可作實。為釐定收取截至二零一九年十二月三十一日止年度擬派末期股息的資格,本公司將由二零二零年五月二十七日(星期三)至二零二零年五月二十八日(星期四)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續,期內不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息,未登記為本公司股份持有人之人士應確保所有股份過戶文件連同有關股票,必須於二零二零年五月二十六日(星期二)下午四時三十分前交回本公司之香港股份過戶登記分處卓佳雅柏勤有限公司,地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓,以辦理登記手續。

審閱賬目

審核委員會由一名獨立非執行董事擔任主席，其他成員包括公司四位獨立非執行董事。委員會已與管理層討論並審閱截至二零一九年十二月三十一日止年度的合併財務報表。本集團之核數師羅兵咸永道會計師事務所已就本集團截至二零一九年十二月三十一日止年度的公告第2至18頁內的財務報表中所列數字與本集團該年度已由董事會所審批的合併財務報表所載數字核對一致。羅兵咸永道會計師事務所就此執行的工作不構成根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱聘用準則或香港核証聘用準則而進行的核証聘用，因此羅兵咸永道會計師事務所並無對初步業績公佈發出任何核證。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

截至二零一九年十二月三十一日止年度，本公司在聯交所以總代價約港幣121,977,700元(不包括費用)購回總共2,146,000股普通股以提高其每股的資產淨值及收益。有關購回股份之詳情載列如下：

購回日期	購回股份 數目	所付 最高價 港元	所付 最低價 港元
2019年1月2日	546,500	57.00	55.90
2019年1月3日	1,059,000	57.00	56.20
2019年1月10日	540,500	56.80	56.15
	<u>2,146,000</u>		

除上文所披露外，截至二零一九年十二月三十一日止年內，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

公司管治

本公司致力於保持高水平企業管治。年內，本公司符合聯交所之上市規則附錄十四所載之「企業管治守則」的適用守則條文，惟以下守則條文除外：守則條文A.6.7訂明，獨立非執行董事及其他非執行董事應出席股東大會，對公司股東的意見有公正的了解。獨立非執行董事黃英琦女士因於相關時間有其他緊急事務而未能出席於二零一九年五月十七日舉行的本公司股東週年大會。

高級管理層變更

本公司董事會欣然宣佈，本公司高級管理層將自二零二零年三月二十六日起進行如下變動：

許大座先生將獲委任為本集團資本運營投資管理部總裁，並將不再擔任本集團財務總監及共享服務中心總裁(分管財務部、資產物業管理部以及信息系統部)；及

李偉樑先生將獲委任為本集團的財務總監，並將不再擔任本集團副財務總監。

致謝

董事謹藉此機會向鼎力支持本集團的股東及辛勤工作的全體員工致以由衷感謝。

董事會

於本公告刊發日，本公司的執行董事包括施文博先生、許連捷先生、洪青山先生、許水深先生、許大座先生、許春滿先生、施煌劍先生、許清池先生和李偉樑先生及獨立非執行董事陳銘潤先生、保羅希爾先生、黃英琦女士、何貴清先生和周放生先生。

承董事會命
施文博
主席

香港，二零二零年三月二十六日